



## NOTERMAN FASHION BIEDT DUURZAME TOPKWALITEIT



Ik hoop dat we met Atelier Noterman  
de wereld net iets mooier kunnen maken.  
Een glinsterende sneeuwvlok op een  
onmetelijke sneeuwvlakte.

Atelier Noterman is een kmo, al drie generaties verankerd in de mooie Vlaamse Ardennen. Kwaliteitsvolle goede broeken maken, is hun core business. In hun gamma vind je chino, denim en city wear. Wouter Noterman legt zich toe op de strategie van het bedrijf, maar ook op het ontwerpen van de collectie. Hij is geen designer, geeft hij grif toe, maar hij kent de markt door en door. Medewerker Christophe staat in voor de verkoop, hij vangt daar veel informatie op en dat zorgt voor heel wat feedback. "Ik steel ook met mijn ogen, ik observeer graag. Om het verschil te maken, zijn heel veel subtiele details belangrijk. We brengen elk seizoen een nieuwe collectie, maar blijven toch herkenbaar."

TEKST: HILDE PAUWELS – FOTO'S: ATELIER NOTERMAN





### FINGERSPITZENGEFÜHL

Wouter Noterman geeft aan dat kleuren heel belangrijk zijn. Een nieuwe kleur bij Noterman Fashion is lavendel. "We weten dat we daar niet het grote publiek mee kunnen aantrekken, maar we durven het aan. Ook de keuze van stoffen is heel belangrijk. Ik zag al duizenden stoffen de revue passeren en soms is het verschil nauwelijks te zien. Het gaat om fingerspitzengefühl om de juiste keuze te maken. We bouwen op wat er al is en houden rekening met tendensen. Less is more: we brengen geen collectie van honderden soorten broeken, een overkill hoeft echt niet. We streven naar een uitstekende pasvorm die voor heel veel klanten 'the perfect fit' is."

### DUURZAAMHEID ALS UITDAGING

"Steeds nadrukkelijker zijn we begaan met duurzaamheid. Het begrip kom je overal tegen, maar de daad bij het woord voegen is niet altijd vanzelfsprekend. Je hoort wel eens van critici dat we bepaalde stappen zouden moeten zetten, maar het moet technisch en economisch mogelijk zijn. Ook moet iedereen het verhaal genegen zijn. Als consumenten kunnen kiezen tussen twee gelijkwaardige producten, waarvan het ene duurzaam is en wat duurder, dan kiezen ze doorgaans toch nog voor het goedkopere aanbod. Er is nog werk aan de winkel om hen duidelijk te maken hoe belangrijk duurzaamheid is. Maar wij gaan er voor en willen onze klanten meenemen in ons verhaal."

### MATERIALEN

Noterman Fashion brengt kwaliteit. Dat betekent dat hun broeken een lange levensduur hebben, wat ook een duurzaam aspect is. "Wat is kwaliteit eigenlijk? Een jeansbroek moet er gewassen uitzien. Maar als je ze niet industrieel wast, zou ze veel sterker zijn. Raw denim was het materiaal dat werd gebruikt voor broeken voor mijnwerkers. Pas na vijf jaar kregen ze de look die we nu zien bij nieuwe broeken."

De leverancier van jeans is Candiani in Italië. Het gaat om een detox denim, wat betekent dat er nauwelijks chemicaliën en veel minder water gebruikt worden. De ozon-technologie bootst zonlicht na om de stof een gewassen look te geven. Ook dat is om minder energie en minder water te gebruiken. "Nu zien we ook technieken zoals het recycleren van vezels. Dat

kan vooral bij denim omdat de vezels iets dikker zijn. Bij een fijne stof, zoals voor chino broeken, is het recycleren van vezels nog steeds heel moeilijk. Voor de zomercollectie maken we veel gebruik van Lyocell, een stof die van houtpulp is gemaakt. Er worden geen bleekmiddelen gebruikt, bijna alle water dat voor de productie nodig is, wordt opnieuw gebruikt. Het is een katoenvervanger die perfect van kwaliteit is." De broeken worden in twee ateliers in Portugal geproduceerd en door toedoen van 'mei plasticvrij' wordt er nu papier gebruikt voor de verpakking in plaats van plastic.



### LEVERANCIERS ZORGVULDIG SELECTEREN

Noterman Fashion kiest de leveranciers heel bewust uit. De zaakvoerders willen echt weten hoe ze het aan boord leggen en wat hun verhaal is. Vroeger kochten ze knopen bij een Duitse fabrikant. Het bleek dat ze in Turkije, China of andere lageloonlanden werden gemaakt. "Dat wilden we niet meer. Nu kopen we ze aan bij een Portugese fabrikant. Die is op tien kilometer van onze ateliers gevestigd, wat ideaal is. We moeten extra ons best doen om ze even modieus te krijgen, maar we weten waar ze vandaan komen en daar komt het voor ons op aan. Streven naar duurzaamheid betekent dat je voortdurend een afweging moet maken." Wouter Noterman omschrijft zichzelf toch wel een beetje als een idealist, niet als een activist hoewel hij daar begrip voor heeft omdat ze sterke signalen geven. "Wij willen met ons duurzaam verhaal een breed publiek bereiken. Ik zal me dus niet met een van onze broeken vastlijmen aan een schilderij. Maar als ondernemers willen we impact hebben en de wereld een stukje beter maken."

### EIGEN WEG

Het zit in het dna van het bedrijf om verspilling tegen te gaan, om respect te hebben voor het milieu. Voor de zaakvoerders is het de evidentie zelf, maar de laatste jaren werd het een nadrukkelijke keuze. "Ik aarzel niet om daar ook met onze leveranciers over te praten. We zijn een kleine speler, voor ons zullen ze geen nieuwe stof ontwikkelen. Ik voel wel dat door voortdurend te hameren op hoe wij het zien, ook bij hen het inzicht groeit dat het anders moet. Het gaat om heel veel schakels. Zelf ben ik ervan overtuigd dat een kleine kmo authentieker kan werken. We zijn niet beursgenoteerd en hebben geen aandeelhouders. Dat betekent dat we met minder rekening moeten houden en meer onze eigen weg kunnen gaan. Ik wil alleen dingen doen waar ik me goed bij voel en waar ik helemaal achter sta."



## VERBONDENHEID

Wouter Noterman benadrukt dat duurzaamheid niet alleen over materialen gaat, maar ook over hoe je onderhandelt, hoe je omgaat met mensen. Het komt neer op maatschappelijk verantwoord ondernemen met aandacht voor people, planet en profit. "Als iedereen het onderste uit de kan wil halen, verandert er niets. Het maakt dan geen verschil of het om biokatoen of gewone katoen gaat." Er is ook een sterke betrokkenheid bij de medewerkers in Portugal. Dat wordt fel geapprecieerd. "We zorgen ervoor dat we een goed contact hebben. Het werd bijna familie. Ze maken niet alleen broeken voor ons, maar betekenen ook veel. We gaan er geregeld langs om te horen hoe het met hen gaat. Op het einde van het jaar geven we iedereen een doosje pralines. Het is een klein gebaar om onze tevredenheid uit te drukken. Ik vind het ook belangrijk dat ze een behoorlijk loon krijgen en dat de werksfeer goed is. Dat lijkt de evidentie zelf en toch is het dat nog steeds niet."

## TRANSPARANTIE MAAKT HET VERSCHIL

In de textielsector zijn de prijzen en de kwaliteit heel uiteenlopend. Het gaat van spotgoedkoop naar heel duur. In beide gevallen gebeurt de productie soms in landen waar de werkomstandigheden heel slecht zijn. Daar past Noterman Fashion resoluut voor. "Ons allereerste uitgangspunt blijft dat we mooie producten willen maken waar de klanten tevreden over zijn. We hebben onze eigen plaats in de broekenwereld omwille van ons sterk verhaal. Als je duurzame keuzes maakt, heeft dat implicaties voor de kostenstructuur. Onze broeken zijn daardoor zeker niet de goedkoopste die je kan vinden, maar we maken het verschil op tal van andere vlakken en dat spreekt heel wat klanten aan."

Wouter Noterman is geboeid door het economisch systeem, hij werpt meteen de vraag op waar hij in de toekomst met het bedrijf naar toe wil en wat hij nog wil realiseren. Een belangrijke dimensie is transparant werken. Hij toont een bord waarop een miniatuur jeans hangt. Bij elk onderdeel, zoals het garen of de knopen, hangt een kaartje met de herkomst en technische aspecten. Het zijn er behoorlijk wat, want bij het maken van een broek komt veel kijken. "Ik wil aan de klanten vertellen welke 'ingrediënten' we gebruiken en hen ook vertellen waarom we ervoor kiezen."

## MINDER VRAATZUCHT

Wouter Noterman verwijst naar de leuze 'brave is geen gave'. Daarmee wordt bedoeld dat je niet over je heen mag laten lopen, maar voor hem betekent 'braaf' eerder redelijk zijn en dat vindt hij wel een ongelooflijke gave. "We zijn met acht miljard mensen, er komen er nog een paar miljard bij. Er is genoeg voor iedereen. De voorwaarde is wel dat de vraatzucht van het systeem wordt omgebogen. Ook al ben ik een ondernemer die met het financiële aspect rekening moet houden, toch vind ik de manier waarop sommige multinationals tekeer gaan, onverantwoord. Alles is gericht op overloze consumptie en dat is op termijn onhoudbaar."



## FAMILIEBEDRIJF PUR SANG

Nu is de derde generatie Noterman aan de slag. Etienne Noterman richtte het bedrijf op in 1946, een moeilijke periode na de oorlog. Er bleven uit die tijd nog notitieboekjes bewaard. Zo weten we dat een overal toen 63 frank kostte, wat nu ongeveer 1,5 euro is. In de jaren '60 stapten zijn zonen in het bedrijf. Eén van hen is Johan Noterman. Hij kan boeiend vertellen over hoe het allemaal begon. "Mijn moeder was kleermaakster. Mijn vader studeerde aan de universiteit, maar de oorlog gooide roet in het eten. Ze besloten kleding te maken voor het bedrijf Alsico in Ronse. Eerst ging het om overals, later kwamen er werkbroeken bij. Mijn vader had een goede vriend in Avelgem die een grote kledingzaak had. Die vroeg hem om broeken voor hem te maken. Er was nog geen atelier of zo, hij werkte in een 'betonnen kotje'. Hij breidde uit met nog een 'kotje', dan nog eentje. Alles werd daar gesneden. Elke dag brachten we een stapel naar de dertig thuiswerksters die alles aan elkaar naaiden. Dat was in de jaren '50. We maakten ook veel broeken voor de Joodse gemeenschap in Brussel." Wouter Noterman vertelt hoe er in de beginjaren al aandacht was voor duurzaamheid avant la lettre. Niets mocht verloren gaan. Uit restjes stof werden korte broeken gemaakt. Duurzaamheid stond op dat moment gewoon voor spaarzaamheid.

## STERKE BAND

Nu werken de zonen van Johan Noterman in het bedrijf: Wouter, Willem en Frank. Willem spitst zich vooral toe op de productie, Wouter op strategie en het ontwikkelen van de collectie en Frank verzorgt de leveringen. Werken in familieverband is heel mooi, zeggen Wouter en Willem Noterman. Er is de gedrevenheid om volop en onvoorwaardelijk met de zaak bezig te zijn. "We zijn een tandem en werken goed samen. Als dat lukt, kan je de energie en de drive met een factor drie vermenigvuldigen."

*“Streven naar duurzaamheid betekent dat je voortdurend een afweging moet maken.”*

## SCHOONHEID

Wouter Noterman groeide bij wijze van spreken op in het bedrijf. Hij ging er aan de slag met veel plezier. "Zoiets moet je graag doen, anders lukt het niet. Nu, ik had wel periodes dat ik me de vraag stelde of dit nu wel het leven was dit ik wilde. Iedereen maakt zoiets wel eens mee, denk ik. De weg die we nu opgaan, vind ik heel boeiend. Eigenlijk is de vraag: kunnen we de wereld beter maken door broeken te produceren? Voor mij gaat het om schoonheid creëren. Een broek moet mooi zijn vanbuiten, dat is evident. Nog veel belangrijker, alles omvattender, is de schoonheid die we niet zien! De onzichtbare schoonheid in de vorm van duurzame, bewuste en gewetensvolle keuzes om die broek te (laten) maken. Niet zomaar een stof, niet zomaar een knoop, niet zomaar een atelier, niet zomaar een wasserij. Elke keuze doet er toe. Hoe kan je tot een economie komen met minder ongelijkheid? Dit boeit me enorm. Ik heb dit trachten te vatten in één beeld en twee zinnen: "Ik hoop dat we met Atelier Noterman de wereld net iets mooier kunnen maken. Een glinsterende sneeuwvlok op een onmetelijke sneeuwvlakte..."

Meer info: [www.ateliernoterman.com](http://www.ateliernoterman.com)